

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Герасименко В.Г.

“ ____ ” _____ 2017 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності «готельно-ресторанна справа»

за темою:

**«Розвиток рекламної діяльності на підприємствах ресторанного
господарства»**

Виконавець

студентка факультету міжнародної
економіки

Ерещова Яна Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Галасюк Катерина Артурівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2017

АНОТАЦІЯ

Ерешова Я.М., «Розвиток рекламної діяльності на підприємствах ресторанного господарства», випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «Готельно-ресторанна справа»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2017 рік

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - процес розвитку рекламної діяльності підприємств ресторанного господарства.

У випускній роботі розглянуто основні визначення та класифікація закладів ресторанного господарства; досліджено сутність, особливості, ролі та види рекламної діяльності в концепції сучасного підприємства ресторанного господарства; проведено аналіз рекламної діяльності розвитку ринку ресторанного господарства України.

У аналітичній частині роботи надано специфіку діяльності кафе «Топ Сендвіч».

Зроблено економічне обґрунтування вдосконалення рекламної діяльності кафе «Топ Сендвіч» за рахунок впровадження конкретних пропозицій в Інтернет-просторі.

Ключові слова: заклади ресторанного господарства, реклама, рекламна діяльність, конкуренти.

ANNOTATION

Ereshova Y., «Development of advertising companies in the restaurant industry », thesis for obtaining the bachelor's degree education in the specialty
«Hotel and Restaurant business»
Odessa National University of Economics
Odessa, 2017

Thesis consists of three chapters.

Research object - the process development of advertising activities of restaurant enterprises.

In the paper the theoretical aspects of the main definitions and classification of restaurants are considered; the essence, features, roles and types of advertising activity in the concept of a modern enterprise of restaurant economy are explored; the analysis of advertising activity of the restaurant economy market of Ukraine was conducted.

In the analytical part of the work, the specifics of the activity of the «Top Sandwich» cafe are given.

The economic substantiation of improving the advertising activity of the «Top Sandwich» cafe has been made due to the introduction of specific offers in the Internet space.

Key words: restaurant establishments, restaurants, advertising, advertising activity, competitors.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1.	Теоретичні основи рекламної діяльності підприємств ресторанного господарства	
1.1.	Основні визначення та класифікація закладів ресторанного господарства	6
1.2.	Розкриття сутності, особливостей та ролі та видів рекламної діяльності в концепції сучасного підприємства ресторанного господарства.....	16
1.3.	Рекламна діяльність у розвитку ринку ресторанного господарства України	22
РОЗДІЛ 2.	Дослідження рекламної діяльності на прикладі кафе «Топ Сендвіч»	
2.1.	Вивчення специфіки діяльності кафе «Топ Сендвіч».....	32
2.2.	Організаційно-економічна характеристика кафе «Топ Сендвіч».....	39
РОЗДІЛ 3.	Удосконалення рекламної діяльності кафе «Топ Сендвіч»	
3.1.	Оцінка конкурентного профілю кафе «Топ Сендвіч».....	45
3.2.	Поліпшення рекламної діяльності кафе «Топ Сендвіч» за рахунок впровадження конкретних пропозицій в Інтернет-просторі.....	55
ВИСНОВКИ	60
Список використаних джерел	62

ВСТУП

Актуальність теми. Стрімкий розвиток суспільства й активізація ринкових процесів спричиняє необхідність адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища. Одним з напрямків вирішення цієї проблеми є розвиток рекламної діяльності. Особливо гостро вона стоїть перед підприємствами сфери ресторанного господарства. Це пов'язано з декількома чинниками: по-перше, зміни споживчих переваг і підвищення соціального рівня потенційних споживачів сприяють збільшенню кількості підприємств сфери ресторанного господарства, а отже, і підвищенню рівня конкуренції; по-друге, удосконалення інформаційних технологій впливає на зростання рівня інформованості споживачів, що обумовлює жорсткість їхніх вимог до якості послуг, які пропонують підприємства сфери ресторанного господарства.

Мета дипломної роботи – розробка та обґрунтування практичних рекомендацій, спрямованих на розвиток рекламної діяльності підприємств ресторанного господарства на прикладі ресторану «Топ Сендвіч».

Задачами даного дослідження являються:

- розгляд основних визначень та класифікації закладів ресторанного господарства;
- розкриття сутності, особливостей та ролі та видів рекламної діяльності в концепції сучасного підприємства ресторанного господарства;
- проведення аналізу рекламної діяльності розвитку ринку ресторанного господарства України;
- вивчення специфіки діяльності кафе «Топ Сендвіч»;
- організаційно-економічна характеристика кафе «Топ Сендвіч»;
- оцінка конкурентного профілю кафе «Топ Сендвіч»;
- поліпшення рекламної діяльності кафе «Топ Сендвіч» за рахунок впровадження конкретних пропозицій в Інтернет-просторі.

Об'єктом дослідження є процес розвитку рекламної діяльності підприємств ресторанного господарства.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних і практичних питань, пов'язаних з розвитком рекламної діяльності на підприємствах ресторанного господарства, на прикладі діяльності кафе «Топ Сендвіч».

Для написання даної випускної роботи були використані наступні **методи дослідження**: діалектичний метод пізнання, абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формулювання висновків), ситуаційний аналіз, метод середніх, абсолютних і відносних величин, порівняння, графічний, економіко-статистичний.

Інформаційну базу склали наукові публікації і монографічні видання вітчизняних і зарубіжних вчених, нормативно-правові документи України, матеріали наукових конференцій, інформація Державної служби статистики України, Державного агентства України з туризму та курортів, статистичні збірники, звітні дані кафе «Топ Сендвіч» за 2014-2016 рр.

Участь у конференціях і публікаціях. Окремі результати дослідження представлялися на науково-практичній конференції студентів ФМЕ ОНЕУ «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу», а також опубліковані у вигляді тез «Особливості реклами на підприємствах ресторанного господарства» [13] в збірнику наукових праць, виданих за підсумками проведення даної конференції (2017 р.).

Випускна робота містить 66 сторінок, 14 таблиць, 6 рисунків, список літератури з 46 найменувань.

ВИСНОВКИ

У випускній роботі розглянуто основні визначення та класифікація закладів ресторанного господарства; досліджено сутність, особливості, ролі та види рекламної діяльності в концепції сучасного підприємства ресторанного господарства; проведено аналіз рекламної діяльності розвитку ринку ресторанного господарства України; вивчено специфіку діяльності кафе «Топ Сендвіч»; надано організаційно-економічну характеристику кафе «Топ Сендвіч»; проведено оцінку конкурентного профілю кафе «Топ Сендвіч».

Результати досліджень дозволили виявити певні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Незважаючи на загальну тенденцію зниження кількості підприємств ресторанного господарства, що обумовлена, перш за все, загальною економічною кризою в країні та загостреним станом галузі ресторанних послуг, який можна пояснити активним входженням на ринок ресторанного бізнесу України міжнародних корпоративних мереж, слід відзначити великі перспективи розвитку для національних ресторанних мереж за рахунок неповної насиченості ринку, а також поглинання індивідуальних закладів ресторанного бізнесу. Велика роль галузі міститься у процесах взаємопроникнення національних культур. Підприємства ресторанної справи виступають своєрідними провідниками національного кулінарного мистецтва, національної кухні, національних традицій готування й споживання їжі. Саме це дає підстави для майбутніх тенденцій розвитку сфери ресторанного господарства України.

У структурі рекламного ринку України в динаміці останніх років позицію лідера займає реклама в медіа (58%) - вітчизняні споживачі найбільшу довіру мають до реклами на телебаченні (26,2%), реклами в пресі (22,6%), реклами на радіо (8%). Такі дані підтверджують пріоритетність реклами в медіа при управлінні рекламною діяльністю підприємств ресторанного господарства.

Дані табл. 2.6 свідчать про те, що показники діяльності кафе з року в рік змінюються, але не завжди в позитивному напрямку. Так, наприклад, чистий дохід, який збільшився в 2016 році в порівнянні з 2015 роком, або на 61%, а

витрати при цьому росли випереджаючими темпами (на 69%). Це пояснюється значним підвищенням цін, змінами в податковій політиці, а також нестабільним політичним і соціально-економічним становищем в країні. Даний висновок підтверджується показниками рентабельності, які мають негативну динаміку:

- рентабельність продажів (9,7% в 2014 р. і 6,5% в 2016 р.) знизилася на 3,5 п.п.;
- рентабельність виробництва (11,1% в 2014 р. і 6,8% в 2016 р.) знизилася на 4,3 п.п.;
- рентабельність оплати праці (25,8% в 2014 р. і 21,2% в 2016 р.) знизилася на 4,6 п.п.;
- рентабельність основних фондів (28,4% в 2014 р. і 23,3% в 2016 р.) знизилася на 5.1 п.п.

Проведено аналіз найближчих конкурентів, у якості яких було обрано піцерії «Оліо піца», «Італійський квартал» та «Pasta and Pazza».

Досліджувані кафе м. Одеси, розташовані в центрі міста, за результатами проведеного аналізу ранжуються таким чином (за рейтинговими балами):

- ✓ «Оліо» та «Італійський квартал» - по 9,15 балів;
- ✓ «Pasta & Pizza» - 8,9 бали;
- ✓ «Топ Сендвіч» - 5,25 бали.

На основі конкурентного профілю побудовано багатокутник конкурентоспроможності – графічний засіб, що дозволяє оцінити становище ресторанних послуг на ринку відносно конкурентів в наглядному виді.

На підставі вивчення існуючого асортименту послуг інших ресторанів м. Одеси розроблено комплекс заходів щодо поліпшення організації рекламної діяльності кафе «Топ Сендвіч». Зроблено економічне обґрунтування поліпшення рекламної діяльності кафе «Топ Сендвіч» за рахунок впровадження конкретних пропозицій в Інтернет-просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посібник / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2006. – 352 с.
2. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. / К.: Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
3. Білошапка М.І. Технологія ресторанного обслуговування: Навчальний посібник. - М.: Академія, 2006. - 224 с.
4. Воробйова Н. П. Реклама та її вплив на розвиток ресторанного господарства / Н. П. Воробйова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : Зб. наук. пр. – Харків: ХДУХТ. – Вип. 1. – 2008. – С. 507-516.
5. Воробйова Н.П. Управління рекламною діяльністю підприємств ресторанного господарства : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Воробйова Наталія Петрівна. – Донецьк, 2008. – 20 с.
6. Галасюк С.С., Перетятко Ю.М. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в світі / Перетятко Ю.М. // Економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку держави та регіонів: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: 2014. – С. 103-106.
7. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездойминов [та інші]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 335 с.
8. Господарський кодекс України : станом на 25 листопада 2014 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Парлам. вид-во, 2014. – (Бібліотека офіційних видань).
9. Даніалі Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України / Фарзам Даніалі // Економіка промисловості. - №3-4, 2012.
10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

11. Домбик О.М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/dombyk.htm.
12. ДСТУ 4281:2004.Заклади ресторанного господарства. Класифікація.-Введ. 31.03.2004. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 12 с.
13. Ерешова Я.М. Особливості реклами на підприємствах ресторанного господарства : матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу» (м. Одеса, 12 квітня 2017 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2017. – 500 с.
14. Ефимова О.П., Ефимова Н.А., Олефиренко Т.А. Экономика гостиниц и ресторанов / Учебное пособие: под ред. Н.И. Кабушкина. — 3-е изд., стер. — М.: Новое знание, 2006. — 392 с.
15. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80/page>.
16. Калашников А.Ю. Кафе, бари, ресторани. Організація, практика і техніка обслуговування. - М.:Велбі, 2008. - 384 с.
17. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посібник / К. : Знання, 2008. - 679 с.
18. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник . – Київ: ЦНЛ , 2004. – 272с.
19. Мельниченко О.А. Особливості державного регулювання розвитку ресторанного господарства / О.А. Мельниченко // Державне будівництво. – № 1, 2016. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2016-1/doc/2/04.pdf>.
20. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств. Статистичний щорічник (станом на 1 січня 2014 року). Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

21. Нездоймінов С. Г. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес регіону в умовах трансформації економіки / С. Г. Нездоймінов // Економіка харчової промисловості. – 2011. - №4. – С. 81-87.
22. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-Ресторанний бізнес: менеджмент. - К.: ЦУЛ, 2006.
23. Новікова О.В. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства: Навчальний посібник. / - Х.: Світ Книг, 2014. — 411 с.
24. Оробейко Е.С. Шередер Н.Г. Організація обслуговування: ресторани і бари: Навчальний посібник. - М: Альфа-М, ИНФРА-М, 2008 -320 с.
25. Офіційний сайт піцерії «Італійський квартал» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://pizza-kvartal.com/index.php>.
26. Офіційний сайт піцерії «Оліо-піца» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://oliopizza.com.ua>.
27. Офіційний сайт кафе «Топ Сендвіч» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://top-sandwich.com.ua>.
28. Офіційний сайт кафе «Pasta and Pizza» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pastapizza.com.ua/about>.
29. Перетятко Ю.М. Сучасний стан розвитку ринку послуг ресторанного господарства України та Одеської області / Перетятко Ю.М // Тенденції сучасної науки – 2014: Матеріали 10-ї міжнародної науково-практичної конференції. – Прага: 2014.– С. 8-12.
30. Підлісна О.В. Організаційно-економічний механізм проведення рекламних кампаній підприємств сфери туризму : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Підлісна Ольга Василівна. – Київ, 2010. – 20 с.
31. Пикалев А. В. Маевская А. П. Как увеличить доход ресторана, бара, кафе. - М.: Сов спорт, 2006.
32. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. (в редакції 2014 р.) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.zakon2.rada.gov.ua>.

33. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства. Наказ Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції від 24.07.2002 № 219. (в редакції 2009 року.) [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

34. П'ятницька Н. О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник.: [для вищ. навч. закл.]/2-ге вид. перероб. та допов.- К.: Центр учбової літератури, 2011 - 584 с.

35. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація. — К.: КНТЕУ. — 2007. — 465 с.

36. Ресторанне господарство і туристична індустрія в ринкових умовах: 36. наук. праць / Київський національний торговельно-економічний ун-т. / Відп. ред. М.І. Пересічний. — К.: КНТЕУ, 2004. — 208 с.

37. Скавронська І.В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду / І.В. Скавронська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. — 2009. — Вип. 2. — С. 232-244. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/skavronska2.htm

38. Сушко О.В. Рекламні стратегії підприємств ресторанного господарства : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / Шикіна Ольга Володимирівна. — Донецьк, 2006. — 20 с.

39. Усов В.В. Організація виробництва та обслуговування на підприємствах громадського харчування: Підручник. - М: Академія, 2003 -416 с.

40. Федотова І.Ю. Нормативні документи з ресторанного бізнесу: Довідник. - М: Ресторанні відомості, 2007. - 304 с ..

41. Федцов В.Г. Культура ресторанного обслуговування: Навчальний посібник. - М: Дашков і К, 2009. - 248 с ..

42. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. — Чернівці : Книги-XXI, 2005. — 596 с.

43. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні / О.В. Яшина // Буковинська державна фінансова академія. – 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm
44. Форма №1 «Баланс» / Документи кафе «Топ Сендвіч».
45. Форма №2 «Звіт про фінансові результати»./ Документи кафе «Топ Сендвіч»
46. Халліган Б., Шах Д. Маркетинг в Інтернеті: як залучити клієнтів за допомогою Google, соціальних мереж і блогів: переклад з англійської. М.: «Діалектика», 2010.